

Laure Herweyers

Onderzoeksgroep Productontwikkeling
Faculteit Ontwerpwetenschappen

**Duurzaam gekocht,
fout gebruikt**



Wegwerp is 'out', herbruikbaar is 'in'. Mensen kopen massaal stoffen groentezakjes, metalen drinkbussen en glazen weckpotten om hun ecologische voetafdruk te verkleinen. Maar door enkel nieuwe producten te kopen, komen we er niet. Ook ons gedrag moet veranderen, en dat blijkt gemakkelijker gezegd dan gedaan. Volgens onderzoek van 'The Reuse Lab' aan de Universiteit Antwerpen, kan slim ontwerp hierbij helpen.

Ecologische webshops schieten tegenwoordig als paddenstoelen uit de grond. Herbruikbare producten zijn hip, maar missen soms hun doel. Zo kunnen ze enkel een positief effect op het milieu hebben als we ze op een duurzame manier en voor lange tijd gebruiken. De productie van een katoenen tote bag, bijvoorbeeld, vraagt veel energie en water, ongeveer drie- tot zesduizend liter per zak. Je moet een tote bag minstens vijftig keer gebruiken voor hij beter is voor het milieu dan een wegwerpzakje. Bij een metalen rietje boek je pas na een 150-tal keren milieuwinst. Dit heeft te maken met de levenscyclus van het product. Niet alleen het afval, maar alle fasen in het leven van een product hebben een milieu-impact: van ontginning van materialen tot productie, vervoer, gebruik, en afdanking. Willen we een positief effect op het milieu hebben, dan moeten we fundamenteel anders omgaan met herbruikbare producten dan met wegwerpproducten.

Ontwerpen voor lange levensduur

Naast sensibiliseren, het aanpassen van regelgeving en het vergoten van het aanbod, is slim ontwerp nodig om mensen aan te sporen hun duurzame producten langer te gebruiken. Herbruikbare rietjes en groentezakjes worden regelmatig thuis vergeten, en wat als je een spontane koffiedate hebt? Steeds je eigen beker bijhebben is voor veel mensen niet evident. De producten hebben onderhoud nodig, wat extra tijd en moeite vraagt van de gebruiker. Daarbovenop zijn ze soms duur of is het aanbod in lokale winkels beperkt. Door de coronacrisis zijn mensen bovendien opnieuw meer plastic verpakkingen gaan gebruiken, omdat wegwerp vaak onterecht wordt geassocieerd met hygiëne. Soms is het product onhandig in gebruik, of werkt het minder goed dan het wegwerpalternatief. Door vanuit een breed perspectief naar deze problemen te kijken, kunnen ontwerpers het correct gebruik van duurzame producten stimuleren door slimme keuzes te maken in het ontwerpproces.

Onderzoek aan 'The Reuse Lab' (Productontwikkeling, UAntwerpen) wijst uit dat men mensen kan motiveren door beter in te spelen op gebruiksgemak, het optimaliseren van de omgevingsfactoren en het aanbieden van goede service. Door een product aan te bieden in combinatie met een dienst, kan de onderhoudslast verkleind worden. Een voorbeeld daarvan is de Billie Cup, waarbij men een herbruikbare beker meekrijgt in een koffiebar, en die vuil terug kan inleveren bij gelijk welke andere deelnemende koffiebar. Bovendien is het essentieel dat het duurzame product goed werkt, liefst beter en gemakkelijker dan het wegwerpalternatief. Tot slot bestaan voor veel wegwerpproducten nog geen goede alternatieven. Ook daar ligt nog veel potentieel voor ontwerpers. Uiteindelijk is duurzaam niet alleen hip, maar ook de weg naar de toekomst. Om op die bestemming te geraken, is correct en langdurig hergebruik een belangrijke stap in de juiste richting.